SEÑOR PRESIDENTE.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Es la hora 17 y 19 minutos.)

-La Comisión de Salud Pública de la Cámara de Senadores tiene el gusto de recibir a los representantes de la Dirección General Impositiva, contador Álvaro Romano, Subdirector General, contadora Marisa Yori, Coordinadora de la Asesoría Tributaria y economista Gustavo González, Coordinador de la Asesoría Económica.

Se ha planteado el tema de la prohibición de la publicidad, promoción, patrocinio del tabaco y su exhibición en lugares de venta, y al señor Senador Lacalle Herrera le pareció oportuno convocar a los representantes de la DGI, puesto que aquí se han vertido opiniones -seguramente ustedes han leído las versiones taquigráficas- en cuanto a la eventual pérdida de recaudación, al contrabando y a cómo eso podría afectar a dicho Organismo. Por ese motivo queríamos conocer la visión de esta dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas con respecto a lo que han sido la recaudación, las alternativas y la carga tributaria que pesa sobre los cigarrillos.

SEÑOR ROMANO.- En primer lugar, queremos decir que para nosotros es un gusto estar compartiendo esta jornada con ustedes. Por supuesto, la Dirección General Impositiva está a las órdenes para evacuar las consultas que los señores Senadores entiendan pertinentes sobre un tema y sobre un proyecto de ley que no nos afecta directamente en lo que es nuestro trabajo cotidiano, pero reconocemos que en forma directa puede llegar a incidir de un modo u otro en lo que es la base imponible de los tributos que recauda la DGI. En la medida en que no tenemos una incidencia directa con respecto al proyecto de ley sobre los tributos recaudados por la Dirección General Impositiva, lo que puede entenderse es que al verse afectadas indirectamente las unidades vendidas, podría ocurrir lo mismo con la recaudación. Obviamente, si estamos hablando de un proyecto de ley cuyo objetivo es reducir el consumo del tabaco, esto de un modo u otro terminará afectando la base imponible de los tributos que nosotros recaudamos y, en definitiva, significará una reducción de la recaudación.

Ahora bien; la problemática del tabaco en particular, entre otros tantos productos, también se ve afectada por el contrabando. Como bien saben los señores Senadores, la DGI no tiene la exclusividad y ni siquiera el rol primordial en el control del contrabando, puesto que otra dependencia estatal realiza esta función y, según tengo entendido, sus representantes han comparecido en la Comisión. Seguramente, el órgano más idóneo para exponer al respecto sería la Dirección Nacional de Aduanas. De todos modos, en lo que tiene que ver con el control de ese tipo de actividades, la DGI actúa con relación a la venta al público y una vez que los productos ya han sido introducidos al mercado interno, puesto que está claro que el control de las fronteras no es uno de nuestros cometidos. En consecuencia, nosotros no controlamos el ingreso de la mercadería a nuestro territorio.

Hemos traído algunos datos relativos a la evolución de la recaudación y de la tributación, pero quizás sería bueno que los señores Senadores explicitaran en qué aspectos querrían profundizar. No queremos aburrirlos con números y series estadísticas que tal vez no sean de su interés, por lo que sería bueno que nos dijeran sobre qué tópicos desean que nos expidamos y lo haremos con mucho gusto.

SEÑOR PRESIDENTE.- Tenemos entendido que cuando se aprobó la primera norma que prohíbe fumar en espacios públicos, así como promover y hacer publicidad del tabaco, se produjo una afectación al menos en el consumo formal de cigarrillos importados legalmente o de los que se fabrican aquí. Asimismo, como forma de desestimular el consumo de cigarrillos cambió la carga tributaria que los afectaba; creo que subió el Imesi. En este sentido, nos gustaría hacer una comparación entre cómo era antes y cómo es ahora, y cuál ha sido la disminución en términos reales, tomando en cuenta, incluso, la diferencia de carga tributaria, que seguramente es un desestimulo para el consumo.

SEÑOR SOLARI.- Creo que en lo que presenta el señor Presidente hay implícitos dos efectos: el aumento de la recaudación por el aumento de la tasa que cobra la DGI y la disminución de la recaudación -o sea, que tendría un efecto contrario- como consecuencia de la elasticidad de precios, al

haber un precio mayor el consumo es menor. No sé si la DGI tiene alguna forma de poder diferenciar ambas cosas.

SEÑOR ROMANO.- Si tomamos 2005 como un año en el que presenciamos una política un poco más activa en cuanto a la lucha contra el tabaco -para poner un punto de corte- y analizamos la evolución de unidades físicas a partir de ese momento, podemos ver que, en realidad, se produce una disminución de cantidades físicas a partir de ese año. Quiere decir que en el año 2005 comenzamos a percibir que la cantidad de productos transados, es decir, de unidades físicas de cigarrillos comercializados en el mercado formal empiezan a descender. En una primera instancia nosotros lo atribuimos, precisamente, a una política explícita de control y lucha contra el tabaco, pero también es cierto que en el año 2005, además de las prohibiciones y de las políticas extratributarias, hubo un aumento moderado -pero aumento al fin- en la tasa del Imesi que llevó la alícuota de un 68,5% a un 70%. Digo esto como un primer hito a considerar. Estas políticas tuvieron como respuesta -se supone que era lo esperado- una disminución de las cantidades transadas.

El segundo hito en esta evolución cronológica se dio en el año 2007 con la reforma tributaria, por la que se produjeron dos modificaciones sustanciales. Por un lado, se generó un cambio importante, ya que se comenzó a gravar con IVA los cigarrillos, que hasta ese momento estaban exonerados y solamente pagaban el Imesi. Por otro, se cambió el ficto, es decir, la forma de cálculo del Imesi: se empezó a pagar un impuesto ficto por cajilla, que en aquel entonces era de $ 21.50. Esas modificaciones tributarias llevaron a que la cantidad de productos vendidos en ese período continuara disminuyendo. En 2009 volvió a incrementarse el ficto por cajilla, pasando a $ 28 y en el año 2010, se vuelve a modificar el ficto, pasando de $ 28 a $ 38.

SEÑOR PRESIDENTE.- Es más de la mitad del precio.

SEÑOR ROMANO.- Exactamente. Y ese fue el último aumento del Imesi a los cigarrillos. Con esto estamos diciendo que desde 2010 a la fecha el producto no ha tenido aumento. Si observamos la evolución de las cantidades de cigarrillos vendidas en el mercado local, veremos que así como podemos decir que en el año 2005 comienzan a descender, dicho descenso llega hasta 2010 y en ese momento se verifica un cambio de tendencia, la curva cambia de signo y se empieza a percibir una leve mejoría.

SEÑOR SOLARI.- Quisiera hacer una pregunta aclaratoria. Cuando usted habla de “una leve mejoría”, ¿se refiere a un leve aumento de las cantidades vendidas?

SEÑOR ROMANO.- Exacto, señor Senador.

También hay que señalar otro aspecto y es que cuando estamos hablando de las cantidades vendidas, nos referimos a la suma de las unidades vendidas en el mercado local propiamente dicho y en las tiendas de frontera, más comúnmente llamadas *free shops*. En definitiva, en el año 2010, cuando se produjo el último aumento del Imesi, también se estableció una importante modificación en la forma de tributación de los cigarrillos de frontera, equiparándola -en lo que respecta al Imesi- a la tributación que tienen en el mercado local. O sea que desde el año 2010 hasta la fecha, en lo que concierne al Imesi, los cigarrillos de frontera tienen el mismo ficto de $ 38 por cajilla. Por esto, a partir de esa fecha analizamos ambas variables en conjunto porque sabíamos que muchas de esas unidades luego terminarían siendo consumidas por el mercado local.

Me acota la contadora Yori que he mencionado los $ 38 de ficto y debí decir que corresponden al impuesto.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿No tienen IVA los cigarrillos del *free shop*?

SEÑOR ROMANO.- Cabe aclarar que la venta hecha en las tiendas de frontera se considera exportación, por lo que no tiene IVA. En realidad, las tiendas de frontera deben vender exclusivamente a turistas extranjeros -digamos, no residentes- y por tal motivo esos productos no llevan IVA.

En resumen, a partir del año 2005 la cantidad de unidades vendidas comienza a decaer -con gusto, si lo desean, podemos proporcionar los números-, pero a partir del año 2010 se nota un cambio en la curva y comienza a haber un leve repunte.

SEÑOR PRESIDENTE.- Me gustaría saber de qué cantidades estamos hablando. Por ejemplo, ¿de cuánto es la disminución en unidades físicas?

SEÑOR ROMANO.- Si el señor Presidente lo permite, el señor González podría explicarlo mejor.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Tal como señalaba el contador Romano, para analizar las variaciones en las cantidades el año 2010 es un umbral a tener en cuenta por si agregamos o no las ventas de cigarrillos en los *free shops*, debido al tratamiento tributario diferencial. Además, vamos a considerar solamente cigarrillos, porque las unidades de tabaco para armar son diferentes y hay que tratarlas aparte.

En definitiva, si consideramos solamente cigarrillos vendidos en plaza y tomamos como primera referencia el año 2005, se vendió un 11% menos de cajillas con respecto al año 2004; a su vez, en 2006, se vendió un 1% menos con relación al año anterior, y en el año 2007 la cifra vuelve a caer. Veníamos de una serie donde, en realidad, el consumo de cigarrillos estaba cayendo desde principios del año 2000, pero en ese momento atribuimos la evolución al contexto económico. Eran años de recesión económica y lo esperable era que a partir de 2004 o 2005, con la recuperación, hubiera un crecimiento en el consumo de cigarrillos y eso no ocurrió.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiere decir que el consumo de cigarrillos se redujo más: a más dinero, menos consumo.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Si comparamos el año 2009 con el 2010 hay una caída del 10% de los volúmenes físicos de cigarrillos y de un 13% si consideramos los cigarrillos vendidos en plaza y en las tiendas de frontera.

SEÑOR PRESIDENTE.- Entonces: ¿de cuánto es la caída en el quinquenio 2005 - 2010?

SEÑOR GONZÁLEZ.- Habría que considerar solo los cigarrillos. Si comparo el año 2010 con el 2005, la variación es de un 17% menos, y si comparo 2010 con 2004 -el año anterior al inicio de estas políticas de control de tabaco- es un 26%.

A su vez, el señor Romano señalaba que en el 2011 hubo un aumento del 8% en los volúmenes físicos.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Considerando los *free shops*?

SEÑOR GONZÁLEZ.- Sin considerar los *free shops* el aumento fue del 8% y si los consideramos el incremento fue del 6%. El consumo en los *free shops* obviamente disminuye, pero como es una proporción menor, en total crece menos, pero crece.

En el año 2012 esto se mantiene estable -prácticamente es el mismo volumen físico que en 2011- y en 2013 crece un 3%. O sea que del 2010 a esta parte hemos observado básicamente pequeñas recuperaciones, aunque en 2011 no fueron tan pequeñas. En 2013, el volumen de venta de cigarrillos en comparación con el 2010 es casi un 9% más. Adelanto que estoy dando una cantidad de números que después vamos a pasar por escrito. Para tener una idea, si comparamos el volumen de venta de cigarrillos en plaza de 2013 con el de 2004, es un 18% menor. No estoy hablando del descenso acumulado hasta el 2010, pero hay un descenso, y hay una recuperación del 2010 en adelante debido a que -tal como señalaba el señor Romano- el precio real de los cigarrillos ha disminuido.

SEÑOR PRESIDENTE.- En el precio final de venta ¿cuánto representan los impuestos?

SEÑOR ROMANO.- Mientras el señor González hace los cálculos, quiero agregar que para tener una idea global del mercado, hay que tener en cuenta otra variable que es el tabaco para armar, porque en cierta forma lo podemos considerar como un bien sustituto.

Si se analiza la evolución de las ventas de tabaco para armar es bastante consistente con lo que venimos diciendo porque en un momento en que la venta de cigarrillos viene decreciendo, de 2005 en adelante la venta de tabaco para armar empieza a aumentar, conforme empieza a caer la venta de cigarrillos. Ahora bien, en estos últimos tres años, conforme empezó a aumentar la venta de cigarrillos, empezó a disminuir la venta de tabaco para armar, lo cual es bastante razonable si entendemos que son bienes sustitutos y que en definitiva el consumidor opta por uno u otro.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Según los cálculos, en una caja de 20 cigarrillos de clase A que en el mercado está alrededor de $ 75, el Imesi es el 50% del precio y el IVA como en cualquier bien, es del 18,03%. En total estamos hablando de un 68% entre el Imesi y el IVA.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Cuál es la recaudación anual de la Dirección General Impositiva por concepto de los impuestos?

SEÑOR GONZÁLEZ.- Unos US$ 216:000.000 por Imesi y unos US$ 75:000.000 por IVA, es decir que en total estamos hablando de unos US$ 290:000.000. Esto representa algo así como el 2,9% de la recaudación total de la DGI.

SEÑOR ROMANO.- Como los señores Senadores saben, la curva de Laffer dice que cuando se aumenta el impuesto en un determinado producto la recaudación se va incrementando hasta que llega a un máximo, y a partir de ese momento, si se sigue aumentando, por un efecto de cantidades la recaudación comienza a caer. Esto está, como bien decía el señor Senador, íntimamente asociado con la elasticidad del mercado del bien que se esté considerando.

La DGI no tiene estudios propios de elasticidad de este tipo de producto. Hemos trabajado, sí, sobre estudios externos a la DGI, que son conocidos y que seguramente la Comisión debe manejar, porque supongo que las delegaciones que han concurrido habrán hecho referencia a ellos. Por ejemplo, hay un estudio de Davrieux del año 2006; uno de la OPS, también de 2006, y otro de EMTA de 2013. Considerando cualquiera de las elasticidades allí manejadas, nuestros estudios demuestran que podríamos seguir aumentando la carga tributaria sin que ello implique una disminución en la recaudación. Estamos lejos del máximo de la curva de Laffer, por decirlo de alguna manera. A esta conclusión llegamos tomando cualquiera de los estudios que se conocen hoy en el mercado.

SEÑOR AGAZZI.- Algunas de las delegaciones que vinieron nos han manifestado que, en la medida en que aumentan los impuestos, baja el consumo pero solo en el comercio formal y que en realidad todo esto es una presión para ir hacia el comercio informal. Por ejemplo, en su momento recibimos a una delegación de funcionarios de Aduana que nos habló del volumen total incautado de contrabando de cigarrillos. Es decir que el tema del comercio informal de cigarrillos es un convidado de piedra. Las informaciones que tiene la DGI se pueden interpretar de una manera o de otra según como evolucione el contrabando. De manera que nos gustaría saber qué pasó con el contrabando. Y aquí no puede ser que se diga que el problema les corresponde a otros. ¿Cómo manejamos ese asunto? Lo pregunto porque la existencia del cigarrillo de contrabando también es un enemigo de la recaudación pública. Al final hay una parte del consumo que se hace sin pagar impuestos, porque es por la vía informal, aunque no sé si es tan informal, en la medida en que, de acuerdo con los estudios internacionales que existen, muchas veces los cigarrillos de contrabando son producidos por las mismas empresas que producen los cigarrillos en blanco, y en realidad se tienen que ocupar de todos los consumidores, de los que pagan impuestos y de los que no pagan impuestos.

En definitiva, quisiera saber si tenemos alguna información o consideración sobre este asunto, que parecería que es demasiado importante como para obviarlo.

SEÑOR ROMANO.- En lo que concierne al contrabando, evidentemente lo que podemos manejar son estimaciones o estudios realizados por distintos actores, porque, en definitiva, si constatáramos el

contrabando, inmediatamente le estaríamos haciendo pagar los tributos correspondientes. De hecho, la DGI, en múltiples ocasiones y en distintos operativos, ante la constatación de este tipo de productos en mercados formales, ha procedido a reliquidar las obligaciones tributarias correspondientes y a aplicar las sanciones pertinentes. Pero lo que hemos manejado en lo que tiene que ver con el contrabando -y seguramente los señores Senadores contarán ya con esta información- son algunas encuestas, que son de conocimiento público. Por ejemplo, tenemos una encuesta de hogares, hecha por la EMTA en el año 2008, que indica que aproximadamente un 11% del consumo de cigarrillos tiene como procedencia el contrabando. También hay otra encuesta, realizada por una compañía privada a nivel de los quioscos, según la cual estaríamos hablando de aproximadamente un 30% del consumo. Esas son las dos variables que manejamos pero, reitero, son encuestas realizadas por entidades privadas y la Dirección General Impositiva las toma como un dato más en el análisis de la problemática.

SEÑOR SOLARI.- Voy a formular dos preguntas aclaratorias.

La primera de ellas tiene que ver con el aumento en la venta de unidades físicas entre los años 2010 y 2013. Si no entendí mal, en 2011 hubo un aumento del 8% en términos de unidades físicas, y a su vez, en el 2012 no hubo una variación importante, pero en 2013 aumentó un 3% sobre esa plataforma anterior, con respecto al año anterior. Obviamente, estos porcentajes no se suman porque los puntos de partida varían, ya que el 3% está calculado sobre una plataforma más alta que la anterior. Entonces, para mí esto no concuerda con el dato de que en el año 2013, con respecto a 2010, hubo un aumento del 9%. Ese aumento tendría que ser superior al 11%. Esa es la primera duda que tengo.

La segunda pregunta que quería formular está relacionada con lo siguiente. El contador Romano señaló -creo que con muy buen criterio- que, en cierta forma, el tabaco para armar ha actuado como un sustituto del cigarrillo procesado; cuando en el período 2005-2010 disminuyó la venta en unidades físicas del cigarrillo procesado, aumentó la venta del tabaco para armar, y viceversa. Quiere decir que ese aumento leve -o no tan leve, dependiendo del punto de vista- de la venta de cigarrillos procesados fue acompañado de una disminución en la venta de tabaco para armar. Ahora bien, desde mi punto de vista -como integrante de la Comisión de Salud Pública pero, además, como médico interesado en la salud de la población-, lo que me importa es que se fume menos, ya sean cigarrillos armados a mano o en forma industrial. A este respecto, no sé si habrá algún estudio que permita comparar la cantidad de tabaco vendido, no en unidades de cigarrillos ni de cajillas para armar, sino la cantidad total de tabaco como producto único. Sé que no es sencillo procurar ese dato, pero de cualquier manera hay una estimación relativamente fácil de hacer porque uno sabe qué cantidad de tabaco contiene una cajilla de cigarrillos y qué cantidad contiene un paquete para armar.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Con respecto a la primera pregunta formulada por el señor Senador, en realidad la confusión se produce porque estamos manejando dos comparaciones al mismo tiempo. En el año 2011 la venta de cigarrillos en plaza creció un 8% con respecto al 2010, pero si en ese mismo período consideramos la venta de cigarrillos en plaza más la venta en tiendas de frontera, el crecimiento es del 6%. Entonces, cuando dije que el crecimiento en 2013 fue del 9% con respecto a 2010, me refería a la evolución de la totalidad de ventas de cigarrillos, o sea, en plaza y en tiendas de frontera. Para información de los señores Senadores, en el año 2013 con respecto a 2010, si consideramos solamente la venta de cigarrillos en plaza, la variación es del 11%.

SEÑOR SOLARI.- Pero esa es una suma algebraica; no puede ser.

SEÑOR GONZÁLEZ.- En realidad, hablé de cifras redondas; pero la variación en 2011 fue de 7,5% y en 2013, de 2,8%. No hay ningún misterio e, inclusive, podemos dejar el informe en poder de los señores Senadores. No se trata de una recuperación menor, estamos diciendo que no se recupera el cien por ciento de la caída observada en años anteriores.

SEÑOR SOLARI.- Volvemos al estatus del año 2009.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Si consideramos la venta de cigarrillos en plaza, podemos ver que tanto en 2009 como en 2013 se vendieron 115:000.000 de cajillas.

(Dialogados.)

SEÑOR ROMANO.- No tenemos cálculos sobre la cantidad de tabaco, es decir, no hemos hecho una conversión de lo que son cajillas respecto al tabaco. De todos modos, cuando entreguemos este informe, con una simple regla de tres, y sabiendo cuál es la relación, los señores Senadores podrán hacer la cuenta. Nosotros no la hemos hecho. En realidad, tampoco es interés de la Administración medir la cantidad de tabaco.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Básicamente pasa por manejar un supuesto del rendimiento de un paquete de tabaco, que es muy variable porque, en cierta forma, depende de la pericia de cada fumador.

(Dialogados.)

SEÑOR GALLO.- El objetivo prioritario de todas las políticas antitabaco es disminuir el consumo, y desde la firma del Convenio Marco hasta la ley, todo apunta a tomar medidas para lograr ese objetivo. Entre todas esas medidas hay tres que son fundamentales: el aumento del precio, la supresión de la publicidad y la prohibición de fumar en ambientes cerrados. Creo que lo importante es la evaluación que tenemos que ir haciendo en función de cómo influye cada una de esas medidas en el consumo. Se puede hacer una evaluación global, pero también interesa saber cuánto influye en el consumo cada una de esas medidas.

Diría que existe una política general antitabaco que promociona el Ministerio de Salud Pública, que empezó en el año 2005. Ese es un punto de inflexión, pero después hay tres más que tienen que ver con el precio. Como bien dijo el economista González partimos en 2005 con un Imesi de $ 25 y después fue aumentando.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Es cierto; en el año 2007 estaba a $ 21.5, en 2009 subió a $ 28 y en 2010 aumentó a $ 38.

SEÑOR GALLO.- Es decir que hay tres puntos de evaluación para ver si esos aumentos de alguna manera influyeron en la disminución del consumo. A ello se suma el IVA a partir de 2007. Entonces, quisiera saber si de alguna manera se puede evaluar si el aumento significativo que tuvo el Imesi influyó o no en el consumo, y para ello hay que relacionar las fechas con el consumo. Esto es lo que quiero que expliquen un poco más, porque solamente hablaron de las fechas en general y me interesa que se correlacionen esas tres fechas con el consumo.

SEÑOR ROMANO.- Efectivamente, si trazamos una curva que mide las cantidades físicas vendidas, vemos que esa curva va bajando, o sea, va cayendo el nivel de ventas conforme va subiendo el Imesi. Y cuando este se deja fijo a partir del año 2010 -o sea que en términos reales empieza a pesar cada vez menos-, comienzan a subir las cantidades vendidas, con lo cual podemos afirmar que, efectivamente, estas últimas responden a las modificaciones en el precio. Decimos esto aun teniendo en cuenta que hay que atender lo que señalaba el señor Senador Solari, en el sentido de que esta evolución hay que superponerla o considerarla junto con la que tiene el tabaco para armar, que posee una curva exactamente inversa a esta. Las cantidades de uno y otro son bastante diferentes, con lo cual, si manejáramos una demanda agregada seguramente respondería a la forma -tal vez un poco corrida- que tiene la curva de los cigarrillos. Es decir que baja el consumo total del tabaco conforme va subiendo el precio del Imesi, y una vez que el precio del Imesi no se modifica más, las cantidades vendidas comienzan a subir.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Cuál es la participación del tabaco para armar en el negocio total, frente a los cigarrillos?

SEÑOR ROMANO.- Es difícil comparar volúmenes.

SEÑOR PRESIDENTE.- Puede ser en porcentajes, en dinero o en impuesto.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Por ejemplo, en 2013, en impuesto -estamos calculando, tomando en cuenta el Imesi por las cajillas- debería rendir unos US$ 200:000.000, y en la parte de tabaco, unos US$ 14:000.000. Cabe aclarar que no está considerado el IVA. Habíamos hablado de unos US$ 216:000.000 de Imesi, de los cuales US$ 200:000.000 son de cigarrillos, aclarando que a esta cifra falta agregarle la parte de Free Shop.

SEÑOR PRESIDENTE.- Tomando en cuenta el análisis desde el año 2005 hasta el presente, desde que empiezan estas medidas para desestimular el consumo de tabaco, en valores constantes, ¿la DGI perdió recaudación o se mantuvo estable merced a los aumentos en los impuestos? Hay que tener en cuenta que el volumen físico bajó.

(Dialogados.)

SEÑOR GONZÁLEZ.- En valores constantes, considerando Imesi e IVA -recordemos que antes no había IVA y ahora tenemos dos impuestos-, entre 2004 y 2013 la recaudación por tabaco -reitero, considerando Imesi e IVA- creció un 40% en términos reales.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Ahí hubo suba de impuestos importante?

SEÑOR ROMANO.- Hay que tener en cuenta que en la base de esa comparación no había IVA, y ahora sí. Esa es una explicación muy importante del aumento registrado.

SEÑOR GONZÁLEZ.- De cualquier modo, creció menos que lo que aumentó la recaudación total. Ahí es donde se notan los volúmenes. No tengo acá los datos de la recaudación 2004 pero, por ejemplo, la variación real de la recaudación total de la DGI entre los años 2003 y 2005 fue de 65%.

(Dialogados.)

Además, hay que tener en cuenta que el viejo IRP no lo recaudaba la DGI.

SEÑOR PRESIDENTE.- De acuerdo.

SEÑOR SOLARI.- La pregunta que voy a hacer va dirigida a lo siguiente: cuando uno recorre las ferias vecinales en Montevideo -y supongo que también sucede lo mismo en otras ciudades- una de las cosas que llama mucho la atención es que resulta una constante encontrar diversas marcas de cigarrillos expuestas a la venta al público. Se trata de mercadería que se ubica sobre dispositivos informales de venta, que pueden ser un paño en el piso o cuatro cajones de verdura con algo arriba. Obviamente eso es comercio informal; la mayoría de esas marcas no son conocidas y no se venden en los quioscos ni en los bares. Independientemente del fenómeno del contrabando en sí, allí hay un perjuicio para la DGI debido a la comercialización informal sin pago de Imesi ni de IVA.

Ahora bien; mi pregunta tiene que ver con lo siguiente: ¿la DGI inspecciona alguno de esos negocios? ¿Hay sanciones? ¿Hay algún tipo de disuasión para esa comercialización en forma activa o, simplemente, ese es un fenómeno del mercado que la DGI lo deja pasar?

SEÑOR ROMANO.- Mencionaba anteriormente que en numerosas oportunidades la DGI, en el marco de determinados operativos, ha constatado la presencia de este tipo de productos y ha procedido a la reliquidación de los tributos correspondientes con las sanciones pertinentes.

Lo que sí hay que tener en cuenta es que, en términos generales, en ese tipo de mercados, ferias o lugares abiertos, los contribuyentes que allí comercian tienen regímenes fictos de liquidación por lo que, en tanto no superen un determinado umbral de ventas, pagan una cuota fija que puede ser en un régimen de monotributistas o de IVA mínimo.

Por lo tanto, los controles que hace la Administración en ese tipo de negocios van dirigidos, fundamentalmente, al nivel de ventas porque eso es lo que afecta nuestra recaudación. Ahora bien; si se constata que en un negocio de ese tipo se está vendiendo un producto que a todas luces es informal, obviamente que se procede. En definitiva, lo importante a tener en cuenta es que no toda comercialización de un producto de esta naturaleza en el mercado local y nuestra constatación implica mayor recaudación para la DGI. El acto aislado de la venta de un producto -formal o informal- al consumidor no incide en la obligación tributaria de ese negocio porque este paga una cuota fija, venda lo que venda, salvo que el umbral de ventas anual supere determinado importe. Se trata de un fenómeno que hace que no sea tan relevante para la Administración realizar ese tipo de controles en ese tipo de negocios.

Diferente es el caso si constatamos ventas de este tipo de productos en negocios que están en un régimen general de impuestos porque ahí sí cada unidad vendida significa más impuesto. De hecho, la mayoría de los casos en los que se constatan ventas de este tipo de productos de contrabando son negocios que están en un régimen general donde la constatación de esto implica mayor recaudación para la Administración tributaria.

SEÑOR SOLARI.- Entendí perfectamente bien y la explicación es buena, con la excepción de que no puedo creer que personas que se dedican exclusivamente a la venta informal de cigarrillos, tengan algún régimen monotributista de aportación. No creo que aquel que se dedica solamente a la venta de cigarrillos de contrabando esté registrado como un microempresario y, si lo está, seguramente no es para la venta de cigarrillos informales. Quiero creer que es así.

SEÑOR ROMANO.- Lo que ocurre con ese tipo de «empresarios» -por llamarlos de alguna manera- es que, muchas veces, su local de venta es simplemente una lona y cuando ven que viene un funcionario de la DGI, la levantan y salen corriendo. Por eso he dicho que los casos en los que hemos constatado la presencia o comercialización de mercadería de contrabando, fue en locales formales que, reitero, pueden estar en un régimen monotributista y tener otro tipo de ventas formales. Incluso pueden ser locales al aire libre, ferias, espacios públicos o almacenes cerrados, como cualquier comercio de barrio. En realidad, no hemos encontrado infraganti a vendedores de esos que están en las esquinas, porque se hace mucho más difícil su captura o su constatación por inspecciones de este tipo.

SEÑOR GALLO.- Digamos que ello no tiene que ser controlado por la DGI sino por la Dirección Nacional de Aduanas. El contrabando es un delito.

SEÑOR PRESIDENTE.- Y por la Policía, porque es un delito.

SEÑOR AGAZZI.- Se ha hecho llegar a esta Comisión un trabajo del economista Dardo Curti sobre el comercio ilícito de tabaco que arroja datos muy interesantes, por ser absolutos. En él se estima que en 1999, entre el comercio legal e ilegal, el consumo total de cigarrillos era de 215:000.000 de cajillas y en 2013, se redujo a 144,9 millones. Lo interesante es que las marcas ilegales en 1999 representaban 30:000.000 de cajillas y en 2013, fueron 27:000.000. O sea que no aumentó el consumo de cajilla de cigarrillos sino que, por el contrario, disminuyó. Lo que pasa es que disminuyó mucho más el volumen del comercio formal y, en consecuencia, el componente cigarrillo informal aumentó un porcentaje del total.

Otro dato bien interesante del estudio, es que el comercio ilegal de cigarrillos en puestos de ventas representa el 35%, mientras que en almacenes y quioscos es el 65%, y que el comercio ilegal de cigarrillos se lleva a cabo, sobre todo, en comercios legales. Este estudio tiene datos muy interesantes -se basa en datos de Euromonitor International-, pero tiene otros datos de empresas que venden sus servicios y no explican qué metodología utilizan porque es propio de la empresa.

A su vez, el trabajo también arroja datos sobre el tabaco para armar. Cuando aumentan los impuestos de los cigarrillos legales, no necesariamente aumenta el consumo de los ilegales. Aquí hay un asunto del que no nos habíamos percatado porque, cuando aumenta el precio del cigarrillo legal, ello también actúa indirectamente sobre el comercio ilegal, que también aumenta los precios aunque

no aumenten los costos porque en el comercio los precios de venta no dependen de los costos de producción sino de la competencia.

Ahora bien, yo quería plantear una inquietud sobre la que ni siquiera sé quién tiene que responder. Ustedes nos muestran datos en cuanto a cómo disminuyó la venta de cigarrillos al aumentar su precio, pero los quioscos no venden solo cigarros y yo pienso que la población que va a un quiosco está conformada por cientos o miles de personas con cierta capacidad de consumo y, si dejan de consumir cigarros, ¿no consumen otra cosa? Creo que esto es un tema más económico que de impuestos o de salud. Es decir, me parece que una persona, al dejar de consumir un producto, si tiene cierta capacidad de consumo va a consumir otra. En realidad, el sector de la sociedad que compra cigarros en los quioscos o en los almacenes no va a destinar lo que dejan de fumar en ahorro, sino que lo van a gastar en otra cosa. No sé cuál es el método que se debería seguir a este respecto y seguramente que no es la Dirección General Impositiva la institución encargada de esto. Los trabajadores de los quioscos nos plantean que si se sigue dificultando la venta porque baja la publicidad, ellos van a sufrir el golpe pero, en realidad, yo tengo dudas de que eso suceda así en el mediano plazo, aunque vendan menos cigarros, porque creo que van a vender más de otros productos. Están pensando únicamente en lo que ocurriría con los cigarros y tal vez sea por otros motivos.

SEÑOR GONZÁLEZ.- Sé que hemos atomizado hoy aquí con una cantidad de datos fiscales, pero quisiera compartir algunos otros para cerrar un poco el escenario fiscal que estuvimos mencionando.

Para dar cifras que sean más comparables desde el punto de vista de qué sucedió con el resultado fiscal con todas estas medidas, quizás convenga comparar 2013 con respecto a 2008, que es el primer año completo después de la reforma tributaria. Si comparamos 2008 con 2005 o 2004, cuando la composición del sistema tributario era distinta, y vemos la importancia relativa del tabaco en los ingresos fiscales mirando solo los datos de la DGI en particular, la información queda un poco distorsionada. Entonces, al comparar 2013 con 2008, vemos que la recaudación en términos reales de Imesi e IVA por cigarrillos y tabaco creció un 8% y la recaudación de la Dirección General Impositiva en ese período, en términos reales, creció 26%. O sea, no se perdió recaudación, ya que siguió creciendo, pero claramente no acompañó la evolución de la recaudación.

El otro dato que me parece interesante manejar tiene que ver con las variaciones de precios de cigarrillos, que entre 2007 y 2013 fue de 78% y la variación general de precios, o sea la inflación, fue de 56% en ese período. Por otro lado, si uno toma en cuenta el crecimiento real de los ingresos y hace la comparación, observa que el poder adquisitivo para un cajilla hoy es más o menos semejante al que había en 2007.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión de Salud Pública agradece la información brindada por los representantes de la Dirección General Impositiva, la cual analizaremos luego con más detenimiento.

(Se retiran de Sala los representantes de la Dirección General Impositiva.)

-Continúa la sesión.

SEÑOR GALLO.- Nosotros tenemos a estudio este proyecto de ley que envió el Poder Ejecutivo relativo a la publicidad, promoción y patrocinio del tabaco. En el transcurso de su análisis la Comisión ha recibido a una serie de delegaciones entre las que estuvo, en primer término, la del Ministerio de Salud Pública, que hizo un informe al respecto, y luego concurrieron diversas asociaciones como la Asociación de Kioscos, Salones y Sub-Agentes de Quinielas del Uruguay y la Cámara de Lucha contra la Piratería y el Contrabando. Por su parte, el señor Senador Solari también realizó sus aportes. Asimismo, recibimos un informe de la Dirección Nacional de Aduanas y el que acaba de hacer la Dirección General Impositiva, por lo que creemos que, en función de todos esos insumos, estamos en condiciones de analizar el proyecto de ley. Desde nuestro punto de vista todos los informes que hemos recibido no cambian el concepto que entendemos prioritario, en el sentido de que esta iniciativa que establece la prohibición de la publicidad, promoción y patrocinio va en línea con el compromiso que el país tomó cuando firmó el Convenio Marco por el cual se comprometió a que en un plazo de cinco

años prohibiría totalmente la publicidad del tabaco, cosa que no se había hecho. Ese plazo ya venció y, por lo tanto, este proyecto de ley va en esa línea.

En definitiva, para nosotros el objetivo fundamental está puesto en el hecho de que desde el año 2005 el país viene adoptando una política muy seria y muy firme con respecto a tratar de combatir esta pandemia mundial que significa el consumo de cigarrillos. Es una pandemia mundial que está dejando por el camino a millones de personas enfermas o fallecidas, y como en nuestro país las cifras también han sido alarmantes, las medidas que se han venido implementando en función del cumplimiento de la ley del año 2008 y de la de convenio-marco, han dado resultados satisfactorios.

Según los informes que nos han dado y que están en nuestro poder, se demuestra que la prevalencia del consumo del tabaco desde 2005 a la fecha viene bajando de manera importante, así como el inicio de los jóvenes en el consumo del tabaco, algo que se refleja en cifras realmente significativas, que se redujeron de más de un 30% de prevalencia a un 13%. Es decir que estamos en la línea adecuada para llegar al objetivo, que es el de tratar de disminuir al máximo el consumo del tabaco para que no se produzcan sus efectos deletéreos. Este proyecto de ley que envía el Poder Ejecutivo avanza en el sentido de prohibir totalmente la publicidad aun en los puestos de venta de cigarrillos. Creo que no hay ninguna duda de que dentro de las medidas que se vienen tomando con respecto a la disminución del consumo, el tema de la reducción de la publicidad es uno de los tres factores que lo han favorecido. Está demostrado que, en general, en la comercialización de todos los productos, la publicidad incentiva la venta, y lo mismo ocurre en lo relativo a los cigarrillos. Entonces, la disminución de la publicidad -esto ha sido demostrado en una serie de trabajos y estadísticas que nos han aportado como insumo en los últimos días- está directamente relacionada con este tema.

Desde nuestro punto de vista, el objetivo final de todo esto tiene un carácter sociosanitario, dado el perjuicio que produce el consumo de tabaco y, por lo tanto, todas las medidas que tomemos tienen que apuntar a combatirlo. Desde algunos sectores se ha venido a plantear el hecho de que esta prohibición de la publicidad puede redundar en una afectación económica y se ha argumentado que la misma puede llevar a la disminución en las ventas. Por otra parte, se ha dicho que la disminución de la publicidad puede aumentar la venta de cigarrillos provenientes del contrabando; creo que están equivocados porque los hechos demuestran lo contrario y eso está relacionado a otra cosa. En definitiva, estos argumentos tienen una relevancia menor en comparación al objetivo mayor que es la disminución del consumo. En consecuencia, creo que nuestra Bancada está en condiciones de votar en el día de hoy este proyecto de ley enviado por el Poder Ejecutivo, que consta de un artículo único que sustituye el artículo 7º de la Ley Nº 18.256, de 6 de marzo de 2008, con la modificación introducida en el artículo 311 de la Ley Nº 18.362, en el sentido de prohibir toda forma de publicidad, promoción y patrocinio de los productos derivados del tabaco.

En resumen, proponemos que este proyecto de ley enviado por el Poder Ejecutivo se vote, tal como está redactado, en el día de hoy.

SEÑOR SOLARI.- Uno de los repartidos que tenemos en nuestras carpetas con respecto a este tema tiene como título “Material proporcionado por el Senador Solari”. En realidad, lo traje a la Comisión como un aporte, pero quiero aclarar que no me hago responsable ni me identifico totalmente con su contenido. Sin embargo, considerando que recién terminó de hacer su presentación la última de las instituciones que habíamos convenido en citar, creo que ameritaría que pudiéramos contar con un período de reflexión para analizar este material, así como que la Comisión tuviera una sesión para realizar un intercambio desapasionado de ideas a fin de poder concluir si esta medida, es decir, la prohibición de la exhibición de los cigarrillos en los lugares de venta, va a contribuir o no al objetivo que todos buscamos, en el sentido de que se consuma menor cantidad de tabaco. No obstante, todavía no tengo una posición formada al respecto y la información que tengo ante mis ojos -que fue expresada por el Ministro de Salud de Dinamarca; lo mismo ocurre en países muy serios como Irlanda, Noruega y Suecia- dice que los pocos países que han adoptado una medida similar no pueden demostrar que dicha acción -es decir, la de prohibir la exhibición de productos de tabaco en los puestos de venta- haya tenido un efecto concreto. Entonces, creo que esto amerita estudiar cuidadosamente el tema, considerarlo en la próxima sesión y votarlo, sin duda, de acuerdo con lo que cada uno entienda que es lo más adecuado. Personalmente, en este momento no estoy en condiciones de votar ni a favor ni en contra, porque hay una serie de información que es contradictoria y me gustaría leerla y estudiarla con total seriedad para poder fundamentar mi voto en forma adecuada. Inclusive, quedó claro -tanto por la

presencia de la Dirección Nacional de Aduanas como de la Dirección General Impositiva- que hay determinadas funciones de carácter represivo que el Estado no está cumpliendo adecuadamente. Por lo que se dijo aquí, el tabaco para armar es un producto sustitutivo de los cigarrillos industrializados, ya que se ha comportado como tal en el sentido de que aumentó su venta cuando caía la venta de cigarrillos industrializados y disminuyó cuando subió la venta de estos últimos. Señalo esto, porque lo que más me sorprendió fue que para la Dirección General Impositiva este tema fuera parte de la preocupación de fondo en cuanto a la eficacia real de todas estas medidas. No quisiera sumarme ni a favor ni en contra de una medida cuyo efecto no tengo claro en este momento. Por lo tanto, con mucho respeto, solicitaría a la Bancada de Gobierno que, para poder decidir con mayor fundamento, pospusiera la votación de este proyecto de ley durante una semana, habida cuenta de que, en definitiva, estuvo detenido durante catorce meses por razones que todavía no he escuchado.

SEÑOR GALLO.- Tenemos un problema de tiempo.

Quiero señalar que tendríamos que haber votado este proyecto de ley hace un tiempo prudencial -porque se habían pasado los plazos que el Convenio Marco planteaba-, pero por circunstancias que escapan a mí, esta iniciativa se pospuso. Debo decir que no solo hay un pedido del Ministerio de Salud Pública -que reiteró la señora Ministra- en el sentido de que se vote esta iniciativa - y también es el propósito de la Bancada oficialista-, sino que también se da la circunstancia de que en la fecha está visitando el país la Directora de la Organización Panamericana de la Salud, quien en el día de mañana dará una conferencia en la Antesala del Palacio Legislativo.

(Intervención del señor Senador Solari.)

-Como decía, existe un compromiso que el país y el Gobierno han adquirido al firmar el Convenio Marco. Precisamente, por el artículo 13 de dicho Convenio Marco estamos comprometidos a votar lo que nos lleve a la prohibición total en materia de publicidad. Debido a que estamos atrasados en ese cronograma y como hemos tomado la decisión de votar este proyecto de ley tal como está, hemos decidido hacerlo en el día de hoy.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Mesa coincide con el señor Senador Solari y afirma que todavía tiene puntos oscuros en este tema.

Debo decir que comparto los objetivos sin ninguna duda; fui un gran fumador en épocas pretéritas y sé de los efectos nocivos del consumo de tabaco en carne propia. Entiendo que lo que se ha hecho en esta materia y la legislación que aprobamos en su momento fueron cosas buenas, pero me parece que estamos yendo demasiado lejos sin saber, a ciencia cierta, si esto producirá algún efecto adicional.

Asimismo, temo por las consecuencias jurídicas que pueden recaer sobre el Estado y la sociedad uruguayos. No olvidemos que como consecuencia de la Ley Nº 18.256, que votáramos en el año 2008, ya tenemos un arbitraje internacional por parte de Philip Morris. Cuando concurrió la señora Ministra a la Comisión, con un numeroso equipo de asesores, le preguntamos respecto del estado de dicho juicio arbitral, pero respondió que no conocía sobre el tema. No hemos tenido más información, ni sabemos a cuánto asciende la reclamación, así como tampoco sabemos cuáles son, reitero, las consecuencias que pueden recaer sobre el Estado y la sociedad uruguayos, aunque nos hubiera gustado saberlo. Me parece que se trata de un tema no menor.

Acá se ha hablado de la afectación de una libertad de comercio y hasta de la posibilidad de que haya inconstitucionalidades debido a dicha afectación, pero tampoco tenemos muy claro el tema. Es imposible llegar a una cifra exacta para saber cuánto incide el contrabando en el consumo de tabaco, porque no se puede medir el contrabando; se podrán hacer aproximaciones, pero no mediciones porque es muy difícil medir los delitos. De todas formas, sí me parece que quedó de manifiesto, cuando la Asociación de Kioscos, Salones y Sub-Agentes de Quinielas del Uruguay visitó esta Comisión, que se ha generalizado la comercialización de productos de contrabando y falsificados, como consecuencia de la legislación que aprobamos oportunamente.

Me parece que habría que hacer un análisis un poco más profundo, pero si la Bancada de Gobierno quiere considerar este asunto en el día de hoy, lo haremos, aunque no me siento inclinado a votar.

SEÑOR AGAZZI.- Entiendo el razonamiento expuesto por el señor Senador Solari en el sentido de querer profundizar con elementos científicos, tal como lo hace siempre, hurgando en los fundamentos de las cosas. También entiendo que se trata de un proyecto de ley de un artículo único que estaba en el Orden del Día, por lo que creo que, con el mayor de los respetos hacia el señor Senador Solari, si él hubiera querido profundizar en el tema hubiera podido estudiarlo antes de la sesión de hoy; no es necesario tomar una semana más para algo que se podría haber hecho antes de esta sesión. Esto lo quiero decir sin ningún afán agresivo.

Creo que las razones que dio el señor Senador Gallo son muy importantes. En materia de control de tabaquismo, Uruguay está teniendo una imagen acorde a lo que se ha planteado, por los objetivos y por los resultados, así que entiendo que es importante respaldar esa situación. Acepto que a la hora de votar este proyecto de ley en la Comisión cada uno tendrá la posición que le parezca mejor y, en todo caso, hasta que se trate en el Plenario habrá tiempo para profundizar en todo lo que se quiera estudiar para plantearlo en su momento.

No agredimos a nadie porque recibimos a todas las delegaciones, reflexionamos sobre los motivos y las posiciones de cada uno de nosotros y entiendo que finalmente ahora debemos votarlo porque llega un momento en que hay que tomar decisiones. Va a ser muy buena la imagen que vamos a dar como país en la reunión actual de la OPS, y no lo digo por depender de esta organización. Insisto: es bueno que en una reunión de este tipo -que va a ser el día de mañana- se sepa que este proyecto de ley fue votado en Comisión y que ya está en el Orden del Día del Senado. Por este motivo, mientras que hablaba el señor Senador Gallo lo he estado pensando y me adhiero a su posición de votar esta iniciativa en el día de hoy.

SEÑOR SOLARI.- Quiero contestar una alusión. Obviamente fui aludido en el sentido de que podría haber estudiado el proyecto antes de concurrir a la Comisión. Muy difícilmente hubiera podido estudiar el efecto sustitutivo que tiene el tabaco de armar respecto a los cigarrillos armados, sin contar con la información que recientemente fue proporcionada verbalmente por representantes de la Dirección General Impositiva.

Respecto a los otros temas, sin ninguna duda los tengo bastante estudiados; ¡sobre todo tengo bastante estudiado el hecho de ir todos los días a las ferias y ver cómo hay tres o cuatro puntos de venta de cigarrillos de contrabando -arriba de cuatro cajones- exhibidos con publicidad ante la presencia pasiva de las autoridades que tendrían que reprimir!, lo cual fue oficialmente admitido por representantes de la Dirección Nacional de Aduanas cuando dijeron que combatían el contrabando en su punto de ingreso, pero no en los puntos de venta informal de los cuales se nutre buena parte de la población.

También quería contestar que respecto a este proyecto de ley en particular, por decisión unilateral de la Bancada de Gobierno, estuvimos catorce meses sin actividad y lo único que he pedido es una semana para poder estudiarlo con mayor profundidad, incluso con la información que fue prometida por parte la Dirección General Impositiva.

Creo que soy bastante responsable en las cosas y por lo tanto no admito que se me reproche de que no tengo este tema preparado; nadie en esta Mesa tiene este tema adecuadamente preparado habida cuenta de lo que acaban de manifestar los representantes de la Dirección General Impositiva.

Muchas gracias.

SEÑOR CONDE.- Quiero señalar que sin desmedro de un conjunto de detalles o puntos específicos a los que se puede hacer referencia en el tratamiento de este proyecto de ley -que como ha dicho el señor Senador Agazzi se reduce a un único artículo-, los dos temas sustanciales sobre los que hemos venido trabajando en las últimas tres reuniones, refieren a si la prohibición de exhibición en los lugares

de venta que se instalarían en caso de aprobarse esta iniciativa, excede o no el marco de protección del régimen legal imperante en nuestro país.

En realidad, me he formado la convicción de que no se llega a ese extremo en tanto lo que estamos prohibiendo con este artículo es la exhibición en el sentido publicitario, pero no el anuncio mediante el uso del idioma español, de que allí hay un punto de venta de tales o cuales productos. El texto en consideración dice: "En dichos locales solo se permitirá la colocación de una lista textual de los productos de tabaco que se expenden con sus respectivos precios y deberá exhibirse la información del Ministerio de Salud Pública que advierta sobre el perjuicio", lo que ya es una práctica adoptada desde hace muchos años en el país. O sea que mediante el uso del idioma español se podrá anunciar la venta de los productos, lo que no se puede exhibir es la cajilla con el diseño publicitario que dichos paquetes o envases suelen tener.

Naturalmente, como siempre ocurre en estos casos, el tema quedará sometido a la eventual jurisprudencia que se pueda generar, pero en principio logro formarme la convicción de que no estamos *stricto sensu* vulnerando la libertad de comercio.

En cuanto a otro punto muy debatido sobre este artículo, que tiene que ver con el contrabando, considero que se han mezclado dos órdenes de temas. Por un lado, están aquellos relacionados con el control del contrabando en el país, que no tengo ningún inconveniente en admitir que me parece, en este caso, insuficiente. Creo que las agencias del Estado deberían mejorar la práctica de control del contrabando de cigarrillos. Pero este es, en todo caso, un aprendizaje que se ha hecho de este debate, y deberíamos seguir intercambiando puntos de vista con las agencias gubernamentales sobre este punto. Las otras argumentaciones me parecen altamente especulativas, porque habría que discutir si es que efectivamente no poder exhibir una cajilla de cigarros de fabricación legal favorece, estimula, facilita o provoca, de alguna manera, el aumento de la venta de la cajilla ilegal. La verdad es que no encuentro ningún encadenamiento lógico, ninguna relación de causalidad entre una cosa y la otra. Admito que se puede elaborar en torno a este razonamiento alguna clase de fundamento, pero en definitiva será la práctica lo que nos demuestre esto. En principio, lo que hasta ahora se está demostrando es que, inesperadamente, hemos tenido en estos últimos tres años un aumento del consumo de cigarrillos. Y, a su vez, según lo que han manifestado aquí la Asociación de Quiosqueros y otros actores que han recopilado información, también se piensa que en estos tres años ha aumentado el consumo de cigarrillos de contrabando. Aun así, las cifras totales son muy inferiores a las que teníamos hace ocho o nueve años, pero lo que manejamos son solamente referencias de cifras globales; no hay nada que pueda demostrar que si no se exhibe en el punto de venta una cajilla legal, eso vaya a determinar un aumento de la venta de la cajilla ilegal.

De modo que, en resumen, habiéndome formado la convicción de que no estamos excediendo el marco legal que refiere a la libertad de comercio ni encontrando relación causal alguna que nos permita concluir que este proyecto de ley va a provocar un aumento en la venta de cajillas de cigarrillos de contrabando, estoy en condiciones de votarlo en el día de hoy, teniendo en cuenta, además, que estos temas medulares los hemos venido discutiendo en las últimas tres sesiones. Por tanto, estimo que, por lo menos en lo que refiere a mi Bancada, estamos en condiciones de emitir el voto.

Me permito aclarar, además, considerando la solicitud del señor Senador Solari, que según tengo entendido, en la reunión de coordinación se ha acordado que en el mes de mayo habrá una sola sesión plenaria, por lo cual, si este proyecto de ley no queda aprobado en el día hoy, probablemente no podrá entrar al Senado hasta el mes de junio, y los plazos son extremadamente perentorios, teniendo en cuenta el corto período que nos queda por delante.

SEÑOR SOLARI.- Da la casualidad que soy el coordinador por el Partido Colorado, y por tanto, concurro a las reuniones de coordinación. Quiero aclarar que lo que se decidió en la reunión de coordinación fue suprimir las dos sesiones ordinarias de la semana que comienza el 12 de mayo; o sea que durante ese mes habrá dos sesiones ordinarias, la del martes 6 y la del miércoles 7.

SEÑOR CONDE.- Con el ánimo de aclarar y, en todo caso, de querer explicar por qué, contrariamente a lo que deseo, no estoy en condiciones de acceder al pedido del señor Senador Solari. Si la

aprobación de este proyecto de ley queda postergada para el martes próximo de tarde y la última sesión del mes de mayo es el miércoles de mañana, evidentemente, el trámite se va a complicar.

SEÑOR PRESIDENTE.- Si no hay observaciones, se va a votar el artículo único del proyecto de ley.

(Se vota:)

-4 en 6. **Afirmativa.**

SEÑOR AGAZZI.- Propongo al señor Senador Gallo como Miembro Informante.

SEÑOR PRESIDENTE.- Si no hay inconvenientes, se propone al señor Senador Gallo como Miembro Informante.

(Apoyados.)

-No habiendo más asuntos, se levanta la sesión.

(Es la hora 18 y 46 minutos.)